

労働組合は何を発信していけばいいの?



労働組合として要求・勝ち取ってきたことを伝える

— 前は、「まずSNS活用の意義・目的を共有することが重要」と伺いました。次のステップとして具体的にどんな投稿をするのか、これも担当は大いに悩んでいます。私は、弁護士、とくに労働者側で活動する立場から、労働事件や労



嶋崎 量
しまさき・ちから

弁護士(神奈川総合法律事務所)
2007年弁護士登録。日本労働弁護団常任幹事。連合神奈川の法律顧問事務所である神奈川総合法律事務所にも所属。労働組合向けの「SNS活用講座」の講師も務める。著書に『5年たったら正社員!? 無期転換のためのワークルール』(旬報社)、『裁量労働制はなぜ危険かー「働き方改革」の闇』(共著、岩波ブックレット)など。
Twitter: @shima_chikara
Facebook ページ「弁護士 嶋崎量」

顧問先組合の方から話を聞くと、非正規雇用で働く人の組織化や待遇改善、ジェンダー平等の取り組み、職場のハラスメント対策、社内託児所設置、男性育休の充実、LGBT

働法制を中心に情報を発信したり、労働組合の発信を見つけ拡散したりもしています。連合の皆さんにも、リツイートなど反応をしてもらえると、とても嬉しいです。

私が労働組合からの情報発信として期待したいのは、職場や地域で組合が何を要求し、何を実現したのか、労働政策や課題についてどう考え、どう対応しているのか、という当たり前の情報です。

「労使関係のことは表に出しにくい」という声も聞きますが、書き方の工夫次第でしょう。人材確保や企業価値向上など企業側にメリットがある情報も埋もれています。労働組合のない職場で働く人たちが「恵まれてる」と思われても、気にする必要はありません。労働組合の魅力アピールし「もっと労働組合をつくらう!」との呼び掛けに役立つ外向け発信なのですから。他方で、同じ職場にいる組織外の仲間(非正規雇用で働く人など)から妬み嫉みの声がかかってくるなら、加入を呼び掛

の問題など、職場で多くの先進的な取り組みを要求し実現しています。どれも労働組合にしか実現できないもので、若い世代にも響くのに、こういう情報が世間には出てこずの中に籠もっている。他方で、組合要求を受け入れただけの使用者側が、採用や広報でこれらをPRしていません。また、労働組合活動は「正社員既得権者のわがまま」だという社会の誤解が放置されています。このような誤解を払拭できるのは、労働組合自体の広報しかありません。

発信内容は、まずは内向きと思える情報でもいいでしょう。機関紙・誌は、内容のチェックが済んでいるので、そのまま発信できる記事が多いはず。記事の項目だけSNSに投稿し、HPなどに全体を載せて誘導する方法もあります。シンプルに「こんな要求をしている」とだけでも十分です。職場改善のため、労働組合が要求している(だから、みんな応援してください!)という発

広報担当者の交流を深めよう

— 日夜奮闘する広報担当者にもメッセージを。

労働組合の情報発信力の弱さが指摘される中、広報の役割は重要なのに、過小評価されたり、過渡期ゆえの過重な仕事になったりしています。看板である組織のリーダーが重要性を認識し、広報担当者への協力を惜しまないこと。そうすれば、組織全体で広報担当を支える体制ができ、SNSの活用も進んでいくはず

組合同士、広報担当者同士で組織の垣根を飛び越え相互フォローし、拡散に協力したりすれば、「これいいな」「うちもやろう」と取り組みが広がります。悩みを相談しながら交流を深めれば、新しいステップが見えてくるかもしれません。労働運動の未来づくりに重要な役割を担う広報担当者の皆さんを、心から応援しています。

— この記事も紙媒体と電子媒体で配信する予定です。ありがとうございます。

大変です。「方針と違う」「組織を代表した意見なのか」、そんな批判を浴びることもあるでしょう。組織として発信する以上、内容に責任を持つことは当然ですが、受け取る側が期待するのはタイムリーで気軽に読める情報です。だから、あまり目くじらを立てず、広報担当者にある程度広い権限を与えないと何も書けなくなります。問題があれば削除すればよいとの割り切りも重要です。

公式アカウントで気軽に発言しづらくなるなら、組織のリーダーなどが肩書き付きの「個人」アカウントを開設して積極的に発信するなど、工夫もできます。SNSは、投稿に反応があることもメリットです。賛否の意見を受け意外な気づきもあるはずですし、意見に対し無理に返信しなければと気負う必要ありません。

「炎上」が心配だという声もあります。

労働組合のSNSが炎上した例は聞いたことがありません。批判コメントはありますが、街宣で野次を飛ばされるのと同じです。野次を恐れ萎縮し内に籠もるのでは、労働組合の社会における存在感が薄まってし

まうし、外からの情報を遮断したら組織は強くなりません。耳を傾けるべきところは傾け、誤解は解いてもよいですが、不毛な議論は付き合わず無視すれば足ります。

紙媒体が電子媒体かという議論もあります。

紙媒体は、手渡す際の交流などメリットは依然としてあるでしょう。他方、「電子媒体なら気軽に隙間時間に読めるから助かる」という組合員も増えている。二者択一ではなく、両者の特性や利点を活かして相乗効果をめざしたほうがいいでしょう。通勤電車など、隙間時間でSNSをチェックして、興味のある記事や動画にアクセスしている人も多い。ポイントが、紙媒体・電子媒体の情報とSNSをどう連動させていくか。月刊連合にも、産別や単組の機関紙・誌にも、「SNSで発信すればいいのに」と思う、埋もれた良い情報が無数にあります。SNSを通して労働組合活動が正社員の既得権者のわがままであるという誤解を解き、労働組合の本来持つ潜在能力を周知し、労働組合の存在をアピールできるネタは豊富にあります。



— 公式アカウントの投稿を任されている広報担当者は、どこまで言っているのか悩んでしまうのですが…。組織の看板を背負い投稿するのは